

dTest: Od síťovky k mobilu. dTest vyhlašuje 17. ročník studentské soutěže

13.2.2025 - Lucie Korbeliusová | dTest

Způsob našeho nakupování se v posledních desetiletích zásadně proměňoval - od obcházení malých obchůdků a stánků se síťovkou přes meganákupy v supermarketech a hypermarketech až po brouzdání v online světě. „Místo nákupní tašky využíváme mobilní telefony či tablety. Nejen pro nákupy potravin, ale také hotových jídel, květin, oblečení, spotřebního zboží nebo třeba dovolených a různých kurzů. Zejména mladší uživatelé stále více stahují i digitální obsah, využívají digitálních služeb a pořizují si zboží s digitálními vlastnostmi. Mnozí z nás nakupují nejen v e-shopech či na online tržištích, ale i na sociálních sítích od jiných uživatelů,“ přibližuje letošní téma ředitelka dTestu Eduarda Hekšová a pokračuje: „Nabídka na internetu je v podstatě neomezená a je čím dál tím obtížnější se v ní zorientovat. Dříve jsme se ptali známých, kolegů, rodiny, dnes se mnohdy s důvěrou obracíme na srovnávače, diskusní fóra, recenzní portály, webové stránky s různými testy či doporučení influencerů.“

Právě způsoby nakupování a to, podle čeho se rozhodujeme (někdo podle ceny, jiný zase podle značky, kvality, funkcí, doporučení přátel a podobně), by mohlo být v časopise zpracováno formou ankety či průzkumu. Čemu totiž můžeme na internetu věřit a čemu už ne? Není recenze jako recenze, ani test jako test. Na co si dávat pozor a jak se v tom všem vyznat?

Soutěžící se mohou zaměřit i na to, zda jsme jako spotřebitelé stejně chráněni, ať už nakupujeme kdekoliv. Máme všude stejná práva? Jak se liší vrácení zboží v kamenné prodejně a na internetu? A jak si v těchto srovnáních stojí online tržiště? Kdy, kde a co pak můžeme reklamovat, když se volba výrobku nebo služby nevydaří?

„Vhodné by bylo neopomenout ani to, jaké další nástrahy na nás číhají na internetu – jaký je vůbec rozdíl mezi e-shopem a online tržištěm? A co když nákupní galerie zprostředkovává nákupy od čínských či jiných mimoevropských prodejců? Na jaká rizika tam můžeme narazit a jak jim lze předcházet?“ naznačuje další možné otázky vhodné ke zpracování Eduarda Hekšová.

Soutěž Spotřeba pro život vyhlašuje dTest pro studenty gymnázií a středních škol, vyšších odborných škol a žáky odborných učilišť, mohou se jí ale účastnit samostatně i studenti a žáci zapojení do různých forem mimoškolních odborných aktivit. Každý soutěžní kolektiv reprezentuje tříčlenný redakční tým a koordinátor z řad dospělých. Letošní sedmnáctý ročník se pro soutěžící otevírá 13. února 2025.

Soutěží se v tvorbě vzorového vydání spotřebitelského časopisu pro mládež. *„Soutěžící mohou čtenářům svého časopisu představit nejčastější marketingové triky a fígle obchodníků v reálném a online světě. S jakými praktikami obchodníci pracují v online prostředí, aby zmátli či oklamali své zákazníky nebo jimi rovnou manipulovali tak, aby je přesvědčili učinit nákupní rozhodnutí, které by jinak neudělali (tzv. dark patterns)?“* vysvětluje Eduarda Hekšová z dTestu.

Soutěžní časopis má mít v tištěné podobě formát A4, osm až dvanáct číslovaných stran obsahu a čtyři strany obálky. Zpracované časopisy v papírové i elektronické podobě mohou soutěžní týmy zasílat na adresu pořadatele do konce dubna tohoto roku. Poté odborná porota vybere pět soutěžních časopisů, jejichž autoři obdrží věcné ceny věnované vyhlašovatelem soutěže. První tři kolektivy získají spolu se

svými koordinátory jako odměnu zájezd do některého z vysoce specializovaných pracovišť souvisejících s digitalizací státu, sítěmi elektronických komunikací či televizním a rozhlasovým vysíláním. Exkurze bude spojena i s prohlídkou speciální techniky.

Každá zúčastněná škola obdrží zdarma předplatné tištěné verze časopisu dTest pro následující školní rok.

Organizace dTest vyhlašuje letošní ročník soutěže pod záštitou Českého telekomunikačního úřadu a Romany Mazalové, psycholožky se specializací na psychologii reklamy a marketingu. Více informací včetně kompletního harmonogramu soutěže najdete na www.spotrebaprozivot.cz.

Kontakty pro média:

Lucie Korbeliusová, media@dtest.cz, tel.: +420 604 556 874

dTest, o.p.s. je největší českou spotřebitelskou organizací, která v ČR působí již od roku 1992. Je vydavatelem spotřebitelského časopisu dTest, na jehož stránkách jsou publikovány výsledky nezávislých a objektivních testů produktů, varování před nebezpečnými a zdravotně závadnými výrobky, informace o spotřebitelských právech a rady, jak tato práva účinně uplatňovat. dTest je součástí mezinárodní organizace International Consumer Research and Testing (ICRT) a evropské spotřebitelské organizace BEUC.

Poradenská linka časopisu dTest – 299 149 009 – je v provozu každý pracovní den od 9 do 17 hodin a spotřebitelé na ní mohou konzultovat s právními poradci časopisu dTest nejrůznější spotřebitelské problémy, a to za cenu běžného tarifu volání. Od spuštění v roce 2010 této možnosti využily již desetitisíce spotřebitelů a poradenská linka časopisu dTest se tak stala první a nejvyhledávanější cestou k řešení potíží, se kterými se zákazníci na trhu setkávají.

<https://www.dtest.cz/clanek-11398/dtest-od-sitovky-k-mobilu-dtest-vyhlasuje-17-rocnik-studentske-souteze>